

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era sekarang ini perkembangan perindustrian semakin pesat. Muncul persaingan yang ketat antar perusahaan. Mempertahankan dan merebut pangsa pasar merupakan hal yang wajar di lakukan para pebisnis. Perusahaan yang tidak bertahan maka akan tersingkir dari pasar. Kondisi itu memicu para pelaku usaha untuk terus mengembangkan kinerja perusahaan agar dapat bertahan di tengah persaingan. Para pengusaha berusaha untuk menjalankan perusahaan dengan manajemen yang tepat. Segala aspek perusahaan perlu diperhatikan untuk dapat mendorong pencapaian yang optimal.

Salah satu aspek yang harus ditingkatkan demi dapat mencapai tujuan perusahaan adalah kinerja dari pemasaran. Menurut Gitosudarmo (1999) pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Sehingga manajemen pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang direncanakan dengan baik, diorganisasikan, dikoordinasikan serta diawasi akan membuahkan hasil yang memuaskan. Untuk meningkatkan kinerja dari manajemen pemasaran maka perlu memperhatikan empat bauran pemasaran. Menurut Gitosudarmo (1999) bauran dalam pemasaran terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi.

Keempat unsur dari bauran pemasaran harus mampu dikombinasikan secara baik oleh manajer agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan. Kegiatan pemasaran mengambil peranan dalam menyalurkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan agar dapat sampai ke tangan konsumen. Pemasaran merupakan ujung tombak bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Karena itulah setiap perusahaan dalam segala industri selalu membutuhkan strategi pemasaran yang baik.

Industri terbesar di Indonesia adalah industri tekstil dan produk tekstil atau biasa di singkat dengan istilah TPT. Industri tekstil merupakan industri yang tidak akan surut karena kebutuhan konsumen akan pakaian akan terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Jangkauan pasar yang luas tidak hanya dalam negeri tetapi juga dapat merambah ke luar negeri. Oleh karena itulah di Indonesia begitu banyak pelaku usaha yang menggeluti industri tersebut. Salah satunya adalah PT Pan Brothers Tbk.

PT Pan Brothers Tbk merupakan sebuah perusahaan besar yang bergerak dibidang garmen yang berpusat di Tangerang. PT Pan Brothers Tbk memiliki beberapa cabang di Indonesia, salah satunya di wilayah Boyolali. Produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut adalah berbagai macam jenis pakaian seperti kaos, *shirt*, jaket, celana, *dress*, dan lain sebagainya. PT Pan Brothers Tbk berorientasi ekspor dan telah memasarkan produknya ke beberapa wilayah negara seperti Amerika, Eropa, Australia, dan Asia.

Berdasarkan latar belakang di atas dan mengingat pentingnya bauran pemasaran bagi sebuah perusahaan. Maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PADA PT PAN BROTHERS TBK BOYOLALI.”**